



# ÜGYFÉLÉLMÉNY: CÉLCSOPORT + VÁSÁRLÓI ÚTVONAL – TERVEZÉS

EGYEDI BRAND-KONZULTÁCIÓK

**MB** | MAGYAR  
BRANDS  
2024



# EGYEDI BRAND-KONZULTÁCIÓK

---

A márkaépítés fontosságát mind ismerjük, a sikeres „hogyan”-t viszont kevesen. Az egyedi brand-konzultációink ebben segítenek. Az általánosan érvényes tudásanyagon túl az egyedi konzultációra az előadó márkaszpecifikusan is felkészül, előzetes kérdések alapján. Így az általános trendek bemutatásán túl személyreszabott beszélgetés és gyakorlatban alkalmazható tanácsadás nyújtható.

**A konzultációk menete:** előzetes kérdőíves adatbekérés, átadó meeting

**Időtartam:** 3-4 óra, kávészünettel

**Helyszín:** Brand Content Headquater, H-1035 Budapest, Vihar u. 18.



# ÜGYFÉLÉLMÉNY TERVEZÉS

## Kiknek ajánljuk?

A képzést olyan marketingeseknek, cégvezetőknek, márkamenedzsereknek ajánljuk, akik jobban szegmentálnák a kommunikációjukat, nagyobb hangsúlyt fektetnének az ügyfélélmény növelésére.

## A konzultáció témakörei:

- megnézzük a márka jelenleg milyen célcsoport-szegmentációval rendelkezik
- felrajzoljuk az érintett térképet és a stakeholderek közti értékcsere kapcsolatot
- megalkotjuk a legfőbb perszónát
- majd felrajzoljuk a perszóna vásárlói útját (customer journey map) és definiáljuk a kritikus pontokat, ahol érdemes változásokat eszközölni a belső folyamatokban, felületeken, kommunikációban.



## **Miért van szükség a célközönség jobb értésére és a vásárlói útvonal-tervezésre?**

Napjaink sikeres cégei jól ismerik a vevőiket, és a szolgáltatásaikat gondosan megtervezik, hogy a felhasználó pozitív élményeket kapjon, valamint lojális, visszatérő vásárló legyen.

A vállalatok ma már csak úgy maradhatnak versenyképesek, ha megismerik és megértik fogyasztóik gondolkodását, problémáit, és fókuszáltan tudnak rájuk reagálni. Ebben a folyamatban segíthet a service design. Segítségével a cégek meg tudják érteni a fogyasztók gondolkodását és viselkedését, hogy mitől lesz a termék vagy a márka releváns a szemükben, mi az az aspektus, amely valós élményt nyújt számukra a termékkel kapcsolatban.

Egy olyan tervezési módszerről beszélünk, amely a szolgáltatást és az ügyfélélményt a fogyasztók és valamennyi közreműködő igényeinek feltérképezésével alakítja ki. A szolgáltatás teljes folyamatát megvizsgálva pontos képet kaphatunk arról, mely pontokon halad végig a fogyasztó, milyen üzenetekkel találkozik, mely kommunikációs eszközöket használja, a folyamat közben milyen impulzusok érik, és milyen érzelmek kavarnak benne. Ezzel a módszerrel a komplex rendszerek is felvázolhatók, a cégek pedig el tudják juttatni releváns üzeneteiket a célcsoportnak úgy, hogy az adott probléma megoldásán túl koherens márkaélményt is nyújtsanak.



**MB** | MAGYAR  
BRANDS  
2024

**SZAKMAI PARTNERÜNK**



**KÁLI GYÖRGY**

Kommunikációs stratégia,  
service designer